



**- CONCLUSIONES -**

Granada, 20 de mayo de 2016

1. Entre los retos a los que tiene que hacer frente la Farmacia del siglo XXI están garantizar la accesibilidad del servicio profesional, la sostenibilidad del sistema, la estabilidad de la Farmacia, las nuevas demandas derivadas del envejecimiento, la dependencia y el acceso a la innovación farmacoterapéutica.
2. El actual modelo farmacéutico es un excelente garante para responder a los retos planteados, pero debe encontrar la fórmula que permita la dispensación en la oficina de farmacia de los nuevos lanzamientos, que debido a sus altos precios están siendo derivados a la Farmacia Hospitalaria.
3. La formación del farmacéutico, la colaboración con la Industria farmacéutica, la fortaleza financiera de la Distribución y el desarrollo de propuestas proactivas desde las instituciones, serán fundamentales para garantizar el adecuado papel de la oficina de farmacia en el siglo XXI.
4. Las nuevas tecnologías y el tratamiento de la información son una oportunidad para la mejora de la gestión de la oficina de Farmacia, la comunicación con la Administración, el acceso al conocimiento y la relación con nuestros pacientes.
5. Las redes sociales son un canal inigualable para prestar consejo farmacéutico con profesionalidad. La farmacia tiene que controlar, en la medida de lo posible, qué se dice en su nombre en Internet.
6. Los usuarios y pacientes de las oficinas de farmacia son nuestro mayor activo. Conocerlos bien es esencial para estar a la altura de sus expectativas e incluso mejorarlas. Una comunicación personal y el uso de las TICs es esencial. Es más eficiente fidelizar que captar.

## - CONCLUSIONES -

Granada, 20 de mayo de 2016

7. Las Corporaciones Farmacéuticas deben dotarse de plataformas tecnológicas que les permitan desarrollar proyectos futuros de carácter integral. La creación del NODO para la tramitación de los vales de estupefacientes del CACOF es un ejemplo de ello.
8. El concepto de continuidad asistencial es imprescindible para el abordaje del paciente crónico polimedicado. Es necesario que Farmacéuticos de Hospital, Atención Primaria y Farmacia Comunitaria trabajen juntos.
9. Hay que destacar la figura del farmacéutico como “coach del medicamento” para ayudar a los pacientes a conseguir los mejores resultados de la farmacoterapia. La estandarización de las fórmulas de comunicación entre los profesionales es un objetivo a alcanzar en beneficio del paciente.
10. El perfil del farmacéutico determinará el éxito en la gestión y desarrollo de los nuevos proyectos profesionales que se pongan en marcha.
11. La Comisión de Servicios Profesionales del Consejo Andaluz es una iniciativa de actuación colaborativa y coordinada para la puesta en marcha de servicios de valor añadido en las farmacias andaluzas.
12. Las necesidades insuficientemente cubiertas de los pacientes, la formación y acreditación de farmacéuticos y farmacias, la comunicación y el consenso alcanzados con otros profesionales, el visto bueno de la Administración Sanitaria y la remuneración del servicio profesional, son algunos de los pilares sobre los que se asienta su desarrollo.
13. SPD y MAPAfarma® del CACOF son dos claros ejemplos de un trabajo colaborativo con altísima participación de farmacéuticos y evidentes ventajas para los pacientes.